

| 事業概要説明書 [1] | | 事業番号 | 3-8 | | |
|-------------------|------------------------------|---|---------|-----------------------|-------|
| 事務事業名 | ゴルフマンスキャンペーン事業 | 担当部名 | 観光商工部 | | |
| 事業開始年度 | 平成 16 年度 | 担当課名 | 観光課 | | |
| 実施方法 | 補助 | 担当係 | 観光リゾート係 | | |
| 根拠法令等 | ゴルフマンス観光イベントキャンペーン事業補助金交付要綱 | | | | |
| 事業の概要 | 目的 〔 何のために 〕 | 11月を「ゴルフマンス」、10月から翌年1月を「ゴルフマンスキャンペーン期間」と銘打ち、トーナメント告知をはじめ、各種イベントを行うことで、国内外からの誘客及び中心市街地等での賑わいの創出を図る。 | | | |
| | 対象・手段 〔 誰(何)に対して、何をするのか 〕 | <p>みやざきゴルフマンス実行委員会（事務局：(社)宮崎市観光協会）に補助を行う。</p> <p>【事業内容】</p> <p>① 広報 広告媒体（雑誌、新聞、ラジオ、TV等）を通じ、ゴルフマンスキャンペーンのPR等</p> <p>② イベント開催 フェニックストーナメントウィーク、リコーカップウィークに街中で各種イベント開催</p> <p>③ トーナメント会場の充実 リコーカップギャラリープラザ内での抽選会実施等</p> <p>④ 誘客事業 旅行会社との連携による旅行商品の造成</p> | | | |
| | 事業の必要性 | ダンロップフェニックストーナメント、リコーカップのゴルフ2大会の観客動員数も安定して推移してきている。このことは、「宮崎＝ゴルフ」が定着してきている事の表れであり、ゴルフが、観光・誘客のツールとして定着してきている。 | | | |
| コスト | 平成23年度(予算) | | 人件費 | | |
| | 直接事業費 (A) | 9,000 千円 | 職員構成 | 概算人件費 (平均給与×従事職員数) | 従事職員数 |
| | 人件費 (B) | 1,500 千円 | 正規職員 | 1,500 千円 | 0.2 人 |
| | 総事業費 (A+B) | 10,500 千円 | 嘱託員 | 0 千円 | 0 人 |
| 平成23年度 直接事業費内訳 | 補助金 9,000千円 | | | | |

| 事業概要説明書 [2] | | 事業番号 | 3-8 | | |
|--------------------------------|---|--|----------------------|--------|--------|
| 年度 | | 平成22年度(決算) | 平成23年度(予算) | | |
| 直接事業費 | | 10,500 千円 | 9,000 千円 | | |
| 財源 | 一般財源 | 10,500 千円 | 9,000 千円 | | |
| | 受益者負担金 | 0 千円 | 0 千円 | | |
| | その他 | 0 千円 | 0 千円 | | |
| 成果目標 〔 どのような状態を目指すのか 〕 | 「みやざきゴルフマンス」を国内外へ発信することにより、ゴルフを通じた観光客の増加が図られる。 | | | | |
| 成果実績 〔 成果目標の達成状況等 〕 | [状況] | 想定した成果を得ている | | | |
| | [説明] | 旅行会社と連携して作成した旅行商品での誘客数（口蹄疫による影響のあった平成22年度を除く。）も安定した推移をみせており、想定した成果を得ている。 | | | |
| 成果指標 〔 事業の実績及び目標 〕 | 指標名 (下段: 指標の説明) | 単位 | 数値 (上段: 目標 / 下段: 実績) | | |
| | | | 平成21年度 | 平成22年度 | 平成23年度 |
| | ツアー誘客者数 | 人 | 3,000 | 3,000 | 3,000 |
| | 把握方法: 主催者発表(近年、3,000名規模の誘客があり、同規模を目標値に設定) | | 5,659 | 1,495 | |
| | | | | | |
| 事業の方向性 〔 事業の現状と課題、今後のあり方等 〕 | ゴルフマンスキャンペーン期間中の様々なイベントを通して、大会会場以外でもゴルフムードを高め、国内外セールスを通して「宮崎＝ゴルフ」をPRし、誘客に繋げていく。 | | | | |
| 特記事項 〔 参考情報等 〕 | | | | | |

ゴルフマンスキャンペーン事業

趣 旨

ダンロップフェニックストーナメント、LPGA ツアーチャンピオンシップリコーカップの2大トーナメントが開催される11月を「ゴルフマンス」、10月から翌年1月を「ゴルフマンスキャンペーン期間」と銘打ち、大会告知など国内外に向け発信することで、国内外のゴルフ愛好者等へ2大トーナメントや、「宮崎＝ゴルフ」「スポーツランドみやざき」のPRを行い、集客を図る。

また、2大トーナメント開催期間中は、トーナメント会場の魅力アップ事業や街中などで各種イベントを行い、中心市街地の賑わいの創出、誘客を図り、経済波及効果を高める。

事業内容

1 広報

① ロゴマーク

広くPRするために、ゴルフマンスの統一ロゴマークを各種広告等で使用する。

② 広告媒体

ゴルフ雑誌、新聞、ラジオ、TV等を通じて幅広く大会及びみやざきゴルフマンスのPRを行う。

③ 歓迎装飾

市街地をバナー、フラッグ等で装飾し、ムードの盛り上げや大会PRを行う。

④ まつり交流事業等を通じ、他県へのPRを行う。

2 フリーペーパーの作成

クーポン付ガイドブック「宮崎たべてん！」を8万部作成し県内外へ配布する。

これは、大会のトーナメント情報を始め、ゴルフ場、飲食店、イベント、宿泊、交通の便など様々な情報を掲載しているので、この期間の宮崎を満喫するには欠かせない人気の冊子となっている。

【配布先】

宮崎空港、宮崎駅、宮崎県事務所（東京、大阪、福岡）、宮崎市東京事務所、九州内の空港、市内ホテルなど

3 ゴルフ場との連携

近隣のゴルフ場と連携を図り、ゴルフ場の無料招待券や特産品が当たるお楽しみ抽選会を実施する。また、ゴルフマンスポスター等の掲出を行い、キャンペーン期間の盛り上げを図る。

4 トーナメント会場の魅カアップ

ギャラリープラザ内で豪華賞品が当たるお楽しみ抽選会を実施したり、トーナメント期間中に会場の裏側が見学できる小中学生対象のわくわく探検ツアーを開催したりして、会場の魅カアップを図る。

5 イベント

① 中心市街地

ダンロップウィーク（若草通ウィンターフェスタ）

リコーカップウィーク（ニシタチセブンモール）

② 宮崎空港

11月にエアポートゴルフリゾートを開催し、歴代優勝者の写真パネル展示を行う。また、チャレンジパターコーナーを設置し、空の玄関口で「ゴルフ=宮崎」を印象付ける。

③ 宮崎駅

陸の玄関口で写真展を開催する。また、告知看板を設置し盛り上げを図る。

6 誘客のための旅行商品の造成・セールス

旅行商品の特典として、オリジナルグッズ（ロゴ入りゴルフボール）を用意するなどして、旅行会社（関東、中京、関西地区）へセールスを実施し、期間中のツアー造成を図る。

7 歓迎セレモニー

前年度チャンピオンの歓迎セレモニーを実施し、花束や記念品の贈呈を行い、開催地をあげての歓迎をPRする。